

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ТВИТТИНГ КАК НОВЫЙ ЖАНР ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

В статье рассматриваются вопросы функционирования нового вида коммуникации – политической интернет-коммуникации и особенности функционирования английского языка в Интернете. Использование Интернета в политической сфере приводит к появлению новых языковых форм, видоизменению старых, возникновению новых жанров, в которых наряду с использованием традиционных языковых средств также отмечаются случаи употребления языковых средств, характерных для интернет-коммуникации в целом – использование фонетико-графического написания слов, множественное написание знаков пунктуации, пренебрежение пунктуацией, использование эмодиконов и др. Кроме того, анализ языка усложняется возможностью использования в вербальном тексте аудио- и видеофрагментов.

Примером нового интернет-жанра является политический твиттинг – интернет-жанр, обеспечивающий общение с помощью интернет-сервиса Твиттер. Рассматриваются уникальные коммуникативные свойства Твиттера, отличающие его от других интернет-сервисов и способствующие успешному осуществлению основной функции жанра политический твиттинг – информационной функции. К данным свойствам можно отнести ограниченность длины сообщения до 140 знаков, высокую оперативность, наличие удобной поисковой системы, возможность общения как в синхронном, так и в асинхронном режиме, простоту и доступность в использовании.

Также в работе выделяются и анализируются основные лингвистические параметры жанра политический твиттинг, к которым можно отнести цель, тип автора и адресата, время коммуникации, место, структурные характеристики (оформление жанра на экране компьютера, структура твитов, ограничение длины сообщения в 140 знаков, виды твитов, тематика твитов, мультимедийность, интерактивность, гипертекстуальность, оперативность), стилистические параметры.

Ключевые слова: Твиттер, политический твиттинг, политическая интернет-коммуникация, жанр, лингвистический анализ.

Elena I. Goroshko, Tatyana L. Polyakova

POLITICAL TWITTING AS A NEW DIGITAL GENRE

The article deals with the problems of a new kind of communication – political Internet-communication and the peculiarities of language functioning in the English-speaking Internet. Using the Internet in the political sphere leads to appearing new language forms, changing the old ones and arising new genres where traditional linguistic means are used along with the linguistic means which are a characteristic feature of Internet-communication in general. They include phonetic and graphic spelling, multiple use of punctuation symbols, neglect of punctuation, use of emoticons, etc. Besides the language analysis gets more complex because of using audio and video fragments in a verbal text.

One of the examples of a new digital genre is political twitting – a digital genre initiated by the Internet-service Twitter. The unique communicative characteristics of Twitter which differ it from other Internet services and promote successful realizing its main function – informing – are considered. These features include limitation of the message length to 140 characters, high operational efficiency, a convenient search system, both synchronous and asynchronous communication conditions, simplicity and availability of use.

Besides, the main linguistic features of political twitting are specified and analyzed in the work. They are purpose, author and addressee, communication time, place, structural characteristics (genre appearance on the computer screen, tweet structure, limitation of the message length to 140 characters, tweet types, tweet themes, multimedia feature, interactivity, hypertextuality, operational efficiency), stylistic features.

Keywords: Twitter, political twitting, political Internet-communication, genre, linguistic analysis.

Активное использование информационных технологий в начале XX столетия, а также расширение интернет-аудитории привлекло внимание представителей различных сфер деятельности, в том числе и политических лидеров, к этому новому средству связи с общественностью. «Политики пытаются отыскать новые способы думать и действовать, т.е. сочетать прагматику и когниции нового времени» [Компанцева: http://www.russcomm.ru/rca_biblio/k/kompantseva.shtml]. Однако коммуникация, как и любое другое явление нашей жизни, не может не испытывать на себе воздействие «...быстродействующих и вездесущих дигитальных процессов» [Иванова: http://journals.uspu.ru/attachments/article/109/PL_2012_1_41.pdf], что, естественно, приводит и к изменениям в языке, который обслуживает интернет-коммуникацию и, в том числе, политическую интернет-коммуникацию, которая определяется нами как речевая деятельность, направленная на передачу определенной политической информации, пропаганду тех или иных политических идей, эмоциональное воздействие на граждан при помощи Сети Интернет. Появляются новые языковые формы, видоизменяются старые [Морозова: http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling36/ling36_22.pdf], возникают новые жанры, такие как *политический твиттинг*, представляющий собой интернет-жанр, обеспечивающий общение с помощью интернет-сервиса Твиттер в сфере политической интернет-коммуникации.

Твиттер (*англ. Tweet* – «чирикать», «щебетать», «болтать») представляет собой социальную сеть, **онлайн сервис для ведения** микроблогов. Данный сервис позволяет пользователям отправлять короткие (до 140 символов) текстовые заметки, используя веб-интерфейс, SMS, службы мгновенных сообщений или сторонние программы-клиенты [<http://ru.wikipedia.org/wiki/Twitter>].

Обмен мнениями, идеями, событиями является одним из основных мотивов в общении между людьми. И социальный сервис Твиттер стал именно одним из тех инструментов, который благодаря своим некоторым уникальным коммуникативным качествам позволяет легко и быстро донести до группы людей (своих последователей) нужную вам информацию.

К факторам, обеспечивающих высокую популярность Твиттера именно как платформы для общения, можно отнести:

- простоту и доступность в использовании (сообщения можно отправлять через сайт Твиттер, службы мгновенных сообщений, SMS, электронную почту, также при наличии специальной программы твиты можно принимать на сотовый телефон);
- высокую оперативность (набранные сообщения сразу же отображаются на аккаунте пользователя и могут быть немедленно отправлены тем, кто подписан на их получение);
- быстрота создания аккаунта (пользовательской веб-страницы);
- наличие удобной поисковой системы по всем словам и словосочетаниям, которые встречаются в Твиттере;
- возможность выразить основную мысль в сообщении длиной не более 140 символов, что особенно удобно, когда сообщение отправляется, например, с мобильного устройства, вставлять в сообщения фотоматериалы, видео- и аудиозаписи, ссылки, а также адресовать сообщения либо группе лиц, выбранных пользователем, либо открытой аудитории;
- общаться как в синхронном, так и в асинхронном режиме.

Вышеперечисленные свойства сделали Твиттер одним из самых популярных на сегодняшний день коммуникативных сервисов, нашедшим свою аудиторию как среди молодежи, так и среди взрослого населения, целью общения которых является личное самовыражение, поиск единомышленников, создание групп по интересам, обмен мнениями, музыкальными новинками, а также обмен новостями из области политики, экономики, продвижение своего собственного имиджа, имиджа своей компании, проведение рекламных кампаний и т.д., т.е. Твиттер уже давно является платформой общения не только на межличностном бытовом уровне, но и перешел в другие сферы нашей жизни – сферу образования, экономики, политики и т.д. Многие известные люди, включая политиков, активно используют Твиттер как еще один способ заявить о себе в Сети Интернет и «...рассматривают его как потенциальное решение многих проблем обмена информацией» [Golbeck et al. 2010: 1612].

Однако несмотря на большую популярность социального сервиса Твиттер, в том числе и в сфере политической коммуникации, и несмотря на текстовый характер данного сервиса, Твиттер остается еще одним из недостаточно изученных коммуникативных сервисов, и сравнительно мало работ было посвящено исследованию особенностей функционирования языка жанра *политический твиттинг* [Иванова: http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling36/ling36_15.pdf], даже в англоязычной политической коммуникации.

Вышеизложенные положения и обусловили актуальность данного лингвистического исследования, объектом которого стало 5561 сообщение десяти наиболее популярных (по количеству последователей) в Твиттере ведущих политических деятелей США, которые были выбраны на основании данных, полученных с сайта *Fan Page List* [<http://fanpagelist.com/category/politicians/view/list/sort/followers/>]. Согласно полученным результатам, самыми популярными в Твиттере политиками к настоящему моменту стали: Барак Обама, Арнольд Шварценеггер, Альберт Гор, Джон Маккейн, Ньют Гингрич, Гейвин Ньюсом, Кори Букер, Джерри Браун, Митт Ромни, Сара Полин. Исследуемые сообщения были собраны с официальных аккаунтов десяти вышеперечисленных политических деятелей США за период с 1 июня по 1 сентября 2012 года.

В основу анализа были положены наиболее общие для большинства интернет-жанров параметры, которые, однако, являются характерными и для жанра политический твиттинг. Мы полагаем, что именно эти параметры дают возможность определить место данного жанра среди других жанров интернет-коммуникации. Так, жанрообразующими признаками политического твиттинга являются следующие параметры: *цель, тип автора и адресата, хроотоп* (время коммуникации), *место, структурные характеристики (оформление жанра на экране компьютера, структура твитов, ограничение длины сообщения в 140 знаков, виды твитов, тематика твитов, мультимедийность, интерактивность, гипертекстуальность, оперативность), стилистические параметры.*

Цель коммуникации является одним из основных параметров, использующихся при описании жанра политический твиттинг. Данный параметр неразрывно связан с функциями коммуникации в данном жанре, основными из которых, как показало исследование, являются информативная, а также связанная с ней когнитивная функция. Твиттер рассматривается как мощный альтернативный источник информации, как средство получения и распространения информации. Так, политики используют Твиттер как средство информирования пользователей о своих предвыборных программах, личных планах, а также о предстоящих событиях в политической сфере, что играет большую роль при формировании политического имиджа политика, а также в целях формирования нужного впечатления у своего электората. Кроме того, были такие выделены такие функции, как функция персуазивного языкового воздействия, суггестивная, коммуникативная, экспрессивная и культуuroобразующая функции.

Следующим важным параметром описания жанра политический твиттинг является **тип автора и адресата**. Так, **авторами** политических твитов являются в основном частные лица, однако аккаунт может быть создан и политической партией.

Barack Obama @BarackObama

POTUS: «I will take ideas from anybody, Dem. or Repub., as long as they're advancing the cause of making middle-class families stronger.»

Retweeted by Barack Obama

The Democrats @TheDemocrats

Ahead of tonight's debate, get a quick refresher on what Mitt Romney and Paul Ryan are actually proposing for America. [<http://RomneyRyanRevealed.com>].

Что касается **адресата**, то, как показало исследование, около 99.5% твитов, созданных политическими деятелями, направлены всей массе пользователей, подписанных на получение сообщений от данного политика. Сообщения, адресованные конкретному лицу, составили около 0.37%, а процент сообщений, направленных группе лиц – примерно 0,05%.

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что политический твиттинг является большей частью монологом и что коммуникация в Твиттере в сфере политики носит, в основном, массовый характер, т.е. направлена на всех пользователей, подписанных на получение сообщений того или иного политического деятеля, что говорит о ее общественной направленности. Данный факт позволяет утверждать, что жанр политический твиттинг носит не личностный характер, что имеет место в бытовой коммуникации, когда целью общения является просто

межличностное общение, а направлен на достижение определенной политической цели, продвижение своей политической платформы, формирование политического имиджа, что будет способствовать увеличению количества будущих избирателей.

Говоря об эксплицированности личности автора, можно сказать, что в политическом Твиттере она четко обозначена. В верхней строчке твита слева от ника (прозвища) автора пишется его реальное имя. Кроме того, сам ник также указывает на личность политического деятеля, т.к. большей частью ник в политическом Твиттере представляет собой имя политика.

Слева от текста твита расположена картинка с аватаром – графическом образом, которая в политическом твиттинге практически всегда представляет собой фотографию политического деятеля. Некоторую информацию о личности политического деятеля, его деятельности, статусе, месте жительства, работы, увлечениях и т.д. также можно получить из короткой самопрезентации, на которую отводится 160 символов и которую можно найти, зайдя на домашнюю страницу пользователя.

Таким образом, можно отметить, что степень выраженности авторского начала в политическом твиттере, в отличие от межличностной бытовой сферы коммуникации, достаточно высока, что объясняется функциями и целями коммуникации, которые имеют идеологическую направленность и заключаются в достижении определенных политических целей.

Что касается **хронотопа (время коммуникации)** жанра политический твиттинг, то, поскольку он является гибридной формой коммуникации, ему присущ как синхронный, так и асинхронный характер коммуникации. Дата отправки твита размещена на верхней строке справа. Если сообщение было отправлено сегодня, то указывается, сколько минут или часов назад оно было отправлено.

Cory Booker @CoryBooker

6h

Why do I have to choose. I enjoy'em both BUT if I had to BE one: Picard. RT @Lynn_Blake: KirkorPicard?!

Анализируя следующий параметр – **место**, подразумевающий сферу использования твиттинга, можно сказать, что данный жанр относится, главным образом, к институциональному дискурсу, где центром является политическая деятельность.

Структурные характеристики жанра политический твиттинг включают в себя *оформление жанра на экране компьютера, структура твитов, ограничение длины сообщения в 140 знаков, виды твитов, тематику твитов, интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность и оперативность.*

Данные параметры связаны с высокими возможностями информационных и интернет-технологий и играют большую роль при осуществлении политическими лидерами своей деятельности и достижении поставленных целей.

Так, *оформление жанра* или его лингвистический дизайн – это параметр, объединяющий в себе такие составляющие, как программное обеспечение, которое используется при создании и чтении жанра, расположение на экране элементов программы, а также внешнюю структуру текста [Щипицина 2009]. Если говорить о расположении на экране функциональных элементов программы, то на домашней странице пользователя Твиттера мы можем видеть такие обозначения словесного характера, как, например, *Following* (русск. *следовать, следить*) – нажав на данный элемент, вы войдете на страничку, где можно получить более подробную информацию о тех пользователях, за сообщениями которых вы следите; *Followers* (русск.:

последователи) – данная функция позволяет открыть страничку с информацией о тех пользователях, которые следуют за вами и др. Также на аккаунте пользователя можно увидеть программные элементы иконического характера, например аватары тех пользователей, за сообщениями которых вы следите или которые следуют за вами, и нажав на которые, можно попасть к ним на домашнюю страницу.

Что касается *структуры самого твита*, то он представляет собой автоматически формируемый заголовок, где слева размещается имя автора и его ник, а справа – время отправки сообщения. Затем следует сам текст сообщения и, наконец, на последней строке находится элемент словесного характера *Expand* (русск.: *расширяться, увеличивать*), нажав на который можно получить дополнительные сведения о данном твите, т.е. точное время его отправки, количество цитирований этого сообщения, способ его отправки и др.

Следующая характеристика, *ограничение длины сообщения в 140 знаков*, говорит о лаконичности твиттинга и является одной из его жанрообразующих особенностей.

Все вышеперечисленные характеристики обеспечивают внешнее отличие твиттинга, а также политического твиттинга, от других интернет-жанров, что особенно важно при его описании.

Говоря о *видах твитов*, можно отметить, что все сообщения в жанре политический твиттинг можно разделить на: твиты, представляющие собой ответ другому пользователю или группе пользователей и начинающиеся с аккаунта того, кому адресован ответ (0,43%); твиты, включающие в себя выдержку из твита другого пользователя, перед которой ставятся буквы RT и название аккаунта того пользователя, твит которого цитируется (21,09%); твиты, не содержащие ответа другому пользователю и не содержащие цитат [Сорокина и др. 2011: 40], которые условно можно назвать *информативными* (78,47%).

Barack Obama @BarackObama

@Jordyn_Wieber, @GabrielleDoug, @Aly_Raisman, @McKaylaMaroney, @Kyla_Ross96: Congratulations! Yoy`vemadeusallproud. #TeamUSA

Jerry Brown @JerryBrownGov

RT @johnmyers: «This is the most critical issue on the ballot this November», says @JerryBrownGov at #Prop30 kickoff

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что жанр политический твиттинг является преимущественно монологическим жанром, основной функцией которого является информативная функция, в то время как коммуникативная функция, являющаяся основной во многих интернет-жанрах, в жанре политический твиттинг играет второстепенную роль.

На выбор *темы* сообщения в Твиттере большое влияние оказывает сфера его использования. Таким образом, основной темой в политическом твиттинге является политика, т.е. тематика данных твитов отличается монотематичностью. Кроме того, о политической направленности жанра говорит использование тематических слов и словосочетаний, обозначенных хэштегом, самыми популярными из которых являются: *#Obama2012, #Syria, #progress, #ACA, #Newark, #DontDoubleMyRate, #Newt, #defense* и др.

Особый интерес при анализе жанра политический твиттинг представляют такие медийные параметры, как *мультимедийность, интерактивность, гипертекстовая организация и оперативность*.

Анализируя такой важный медийный параметр, как *мультимедийность* (использование в процессе коммуникации помимо вербального текста, фотографий, аудио- и видеoinформации и пр.), мы подразумеваем возможность использования в жанре политический твиттинг ссылок. Использование ссылок также можно считать примером *гипертекстуальности* в данном жанре, т.к. при их помощи можно ознакомиться, например, с полным текстом сообщения, которое не вместились в 140 символов.

Barack Obama @BarackObama

The President's hitting the road to Charlotte to accept the nomination at the @DemConvention on Thursday – follow along: t.co/QRZZfNBR

Говоря об *интерактивности* в жанре политический твиттинг, мы подразумеваем возможность использовать в своем сообщении цитаты другого пользователя, которые отмечаются буквами RT, и тематические слова, перед которыми ставится символ # (хэштег), щелкнув на который, можно попасть на отдельную ленту, где все участники обсуждают только данную тему. *Jerry Brown @JerryBrownGov*

RT @johnmyers: «This is the most critical issue on the ballot this November», says @JerryBrownGov at #Prop30 kickoff

Использование в твитах ссылок является также примером *оперативности* исследуемого жанра, что представляет собой важный параметр, использующийся при его анализе.

Стилистические параметры представляют наибольший интерес при анализе жанра политический твиттинг, поскольку новые цифровые технологии оказывают большое влияние на язык, обслуживающий интернет-коммуникацию и ее отдельные жанры.

Ввиду того что форма реализации коммуникации в Интернете в основном печатная, т.е. осуществляется при помощи текстов, возникает необходимость компенсации отсутствия невербальных средств коммуникации – мимики, жестов, интонации, которые помогают выражать эмоции в устной коммуникации. Важную роль в достижении данной цели играют *графические средства*, которые помогают придать общению более непринужденный характер, выразить эмоции, подчеркнуть наиболее важную идею высказывания.

Было установлено, что одним из наиболее распространенных графических средств, которые используются в политическом твиттинге и помогают, хоть в какой-то степени, передать все нюансы, и разнообразие форм разговорной речи, относится, прежде всего, множественное написание знаков пунктуации – многоточия (более 55%), которое может выражать, например неоконченную мысль или паузу; восклицательного знака (28,04%), являющегося важным стилистическим приемом, который применяется в качестве средства эмоционального воздействия на аудиторию; вопросительного знака (11,68%) и многоточия (5,14%), которые также являются важными стилистическими приемами, подчеркивающими особое эмоциональное состояние (как позитивное, так и негативное) автора твита.

Однако, как показал проведенный анализ и сопоставление использования множественного написания знаков препинания в твитах десяти политических деятелей, не все политики в равной степени используют данный прием в своих сообщениях, что указывает на то, что он не является отличительной чертой жанра

политический твиттинг, где коммуникация носит институциональный характер и основной функцией которого, как уже упоминалось, является информирование, а не самовыражение, как это происходит в сфере межличностного бытового общения. Кроме того, на использование множественного написания знаков препинания во многом влияет личность автора.

Следующим графическим средством, представляющим важный стилистический прием, является написание с заглавных букв отдельных слов (31,11%), групп слов (8,72%) и целых предложений (2,65%).

В отдельную группу можно отнести написание с заглавных букв слов, которые могут быть выделены не для эмфатического усиления высказывания, а с функциональной целью. Сюда можно отнести такие слова, как VIDEO и PHOTO (13,85%), FACT (23,9%), POTUS (President of the United States) (19,73%), которые используются для того, чтобы подчеркнуть, что данный твит содержит видеоролик, фотографии, или, что информация, содержащаяся в данном сообщении, является реальным фактом.

Однако как показал анализ, данный прием также не является характерной чертой жанра политический твиттинг. Использование написания слов с заглавных букв в данном жанре говорит, скорее, о желании автора подчеркнуть, выделить определенную информацию. Кроме того, большую роль в использовании заглавных букв играет личностный фактор, т.е. подобное написание слов является индивидуальной особенностью автора.

Следующим стилистическим средством, используемым с целью создания эмфатического усиления, является многократное повторение в слове одной и той же буквы. Однако во всем корпусе исследуемых твитов данный графический прием можно встретить только примерно в десяти словах в твитах трех политических деятелей. Подобные явления в большей степени присущи синхронным интернет-жанрам, имитирующим устную разговорную речь, тогда как жанр политический твиттинг скорее относится к асинхронным интернет-жанрам, основной целью которого является информирование.

В политическом твиттинге одной из особенностей является использование эмодиконов. Однако данный прием, являющийся особенностью многих синхронных интернет-жанров, также нельзя назвать характерным признаком жанра политический твиттинг, и большое влияние на частоту его использования оказывает личностный фактор.

В отдельную группу можно отнести графические символы, которые имеют функциональное значение. К данным символам относятся: # (хештег), который используется примерно в 30% твитов; @ (курса), встречающийся в 90% сообщений, и RT, употребляемый примерно в 43% сообщений. Полученные количественные результаты говорят о достаточно большой популярности употребления данных графических символов и связанных с ними особенностями их функционального использования.

Исследуя жанр политический твиттинг на *лексическом уровне*, мы проанализировали словарные средства, которые являются характерной чертой данного жанра. К ним относится, прежде всего, употребление политической лексики и использование нестандартных способов словообразования. Также была выявлена и проанализирована наиболее употребляемая в политических твитах лексика.

Относительно морфологических особенностей «оформления» жанра политический твиттинг было установлено, что в число первых 50 наиболее часто употребляемых единиц входят, в основном, артикли, союзы, личные, притяжательные и указательные местоимения. В число наиболее употребляемых самостоятельных лексических единиц вошли практически все части речи: глагол – 28%, существительное – 24%, наречие – 22%, местоимение – 14%, прилагательное – 6%, союз – 4%, числительное (местоимение) – 2%.

К лексическим средствам, которые являются характерной чертой интернет-жанров, в том числе и жанра политический твиттинг, можно отнести и специфические способы словообразования, наиболее распространенными из которых является использование буквенно-слогового (*tmrw – tomorrow*) и буквенно-цифрового (*gr8 – great*) написания слов. Однако подобное написание слов хотя и встречается в твитах политической направленности, но не является его характерной чертой, и его использование больше зависит от личности автора.

Являясь в большей степени асинхронным жанром интернет-коммуникации, политический твиттинг не демонстрирует существенных отличий на *морфологическом уровне* от традиционного линейного текста. В данном жанре представлены все части речи: глагол, существительное, прилагательное, наречие, местоимение, грамматические категории которых оформлены, в основном, согласно норме английского языка.

Первое место по количеству случаев употребления занимают артикли, предлоги, некоторые союзы и наречия, личные и притяжательные местоимения, указательные местоимения. Что касается самостоятельных членов предложения, то, как уже упоминалось, наиболее часто в политическом твиттинге употребляется глагол, затем следуют существительное, наречие и прилагательное.

Говоря об имени существительном, местоимениях, можно отметить, что категории данных частей речи оформлены в соответствии с грамматическими правилами английского языка. Употребление падежей определяется глагольным управлением и отражает их отношение к другим языковым единицам.

По поводу использования имени прилагательного, необходимо отметить, что примерно в 3.5% твитов встречается употребление конструкций со степенями сравнения данной части речи, что является важным стилистическим приемом, повышающим экспрессивность высказывания.

Также важное значение имеет такая категория имени прилагательного, как значение качества. Исследование позволило выделить следующие наиболее часто встречающиеся прилагательные с положительной оценкой: *great, amazing, extraordinary, excellent, fantastic* и некоторые другие, а также прилагательные с негативной оценкой: *awesome, terrible, hazardous* и др. Однако можно сделать вывод, что для политического твиттинга не характерно использование большого количества прилагательных с положительной оценкой, а прилагательные с негативной оценкой встречаются крайне редко, и у большинства политических деятелей они практически отсутствуют.

Относительно употребления временных форм глагола исследование показало, что жанр политический твиттинг отличается использованием практически всех грамматических времен, употребление и образование которых в большинстве случаев подчинены правилам английского языка.

В твитах политической сферы также встречаются случаи употребления модальных глаголов и конструкций с их эквивалентами. Первое место по частотности использования (около 43,73% всех модальных глаголов, которые встречаются в сообщениях) занимает глагол *can*, способствующий поддержанию основной цели твита, которой ввиду президентских выборов 2012 года является желание создать у адресата необходимый настрой, позитивное восприятие пропагандируемой политической позиции.

Затем следуют модальные глаголы *should* (14,68%) и *need* (17,36), которые говорят о намерениях и желаниях политического деятеля и носят побудительный характер, т.е. часто передают призыв к необходимости выполнения действия.

Имеющий тот же характер глагол *must* употребляется гораздо реже (4,39% от общего количества модальных глаголов), что объясняется тем фактом, что основными функциями жанра политический твиттинг являются информативная и коммуникативная функции, а директивная функция, которую выражает глагол *must*, не совсем уместна и не будет способствовать продвижению имиджа политика.

Также в твитах политической направленности отмечено употребление неличных форм глагола, которые встречаются примерно в 38% сообщений. Помимо своего функционального назначения вербоиды придают высказыванию большую экспрессивность, повышают его эмоциональную

Описывая жанр политический твиттинг на *синтаксическом уровне* мы проанализировали использование в сообщениях полных и неполных (номинативных) предложений, основой которых является ядерный компонент, выраженный именем существительным.

CoryBooker @CoryBooker

*Gr8 day! Partnering w state 2 fund training of Nwkers w Building Trades Unions
4 nsk construction jobs t.co/8aceV6Ez*

Как показало исследование, номинативные предложения встречаются примерно в 1% всех сообщений, что указывает на то, что их использование не является характерной чертой жанра политический твиттинг. Данный факт объясняется тем, что твиттинг в целом и политический твиттинг в частности является преимущественно асинхронным жанром интернет-коммуникации, в котором преобладают черты письменной речи, такие как использование полных предложений.

Следующей характеристикой жанра политический твиттинг является использование эллиптических предложений, где отмечается опущение как одного, так и обоих главных членов предложения.

BarackObama @BarackObama

Hope everyone gets in a little family time this weekend: t.co/UgRTlaHh

Было установлено, что данный прием встречается примерно в 11% всех исследуемых сообщений. Полученные результаты позволяют сделать вывод, что употребление эллиптических конструкций является довольно распространённым явлением в жанре политический твиттинг. Это объясняется тем, что, хотя Твиттер и имеет в основном асинхронный характер коммуникации, он позволяет общаться в режиме реального времени. В этом случае в нем в большей степени проявляются черты устной речи, отмечается тенденция к экономии языковых средств, одним из путей достижения которой является использование эллиптических предложений, являющихся важным стилистическим средством, помогающим отразить эмоциональное состояние пользователей и создать имитацию живой разговорной речи.

Что касается количества предложений, из которых состоят сообщения политической направленности, то, как показывают полученные результаты, более половины исследуемых сообщений состоят из одного предложения (54.48%), затем следуют сообщения, состоящие из двух (30.92%) и трех (11.52%) предложений. На сообщения, состоящие из четырех, пяти и шести предложений, приходится около 3% сообщений. Таким образом, можно заметить, что для политического твиттинга характерно использование сообщений, состоящих преимущественно из одного или двух предложений. Данный факт можно объяснить ограниченным размером сообщений в Твиттере (140 символов), а также доминированием информативной функции.

В твитах было выявлено употребление как простых, так и сложных предложений. Однако согласно полученным результатам, в твитах политической направленности преобладает тенденция использования простых предложений, которые составляют примерно 70% всех предложений, тогда как на долю сложных предложений приходится около 30%. Данный факт можно объяснить, во-первых, функциональной особенностью сервиса микроблогов Твиттер, где длина сообщений ограничена 140 символами, во-вторых, тем, что простые предложения облегчают восприятие информации, которая передается в сообщении, а также частично синхронным характером коммуникации в Твиттере, передающим некоторые признаки устной речи, одной из особенностей которой является использование простых предложений.

Говоря об использовании в политических твитах повествовательных, вопросительных, восклицательных и побудительных предложений, можно отметить, что около 70% всех предложений в исследуемых сообщениях являются повествовательными, т.к. основной функцией жанра политический твиттинг является информирование. Вопросительные предложения составляют около 6.72% всех предложений, а восклицательные предложения встречаются в исследуемых твитах несколько чаще – примерно в 11.9% сообщений, что говорит об их роли в качестве важного стилистического средства, придающего высказыванию большую эмоциональность, подчеркивает важность сообщаемой информации.

Таким образом, можно сделать вывод, что большое влияние на характер коммуникации в жанре политический твиттинг, а также на использование стилистических средств в данном жанре оказывает такой фактор, как функциональное ограничение длины сообщения до 140 знаков, которое приводит к необходимости жесткой экономии в использовании языковых средств. Кроме того, можно говорить о преимущественно институциональном характере коммуникации в исследуемом жанре, что обусловлено, в первую очередь, доминированием информативной функции, вследствие чего наблюдается ориентация преимущественно на нормы письменной формы речи.

Несмотря на то что жанр политический твиттинг отличается большей частью асинхронным характером коммуникации, он позволяет общаться в режиме реального времени, что приводит к усилению некоторых черт, свойственных устной форме речи. Это влияние одновременно двух форматов позволяет говорить о Твиттере как о новой – гибридной устно-письменной - форме коммуникации.

И наконец, на использование стилистических средств в жанре политический твиттинг большое влияние оказывает мотивационный личностный фактор. Это

приводит к тому, что в твитах одних политиков доминирует информативная функция, а у других можно отметить совмещение информативной и коммуникативной функции при использовании данного сервиса.

Таким образом, можно отметить, что состояние исследований, существующих на данный момент в сфере политической интернет-лингвистики, одним из направлений исследования которой является анализ виртуальных жанров, позволяет выделить ряд проблем, связанных с их изучением, одной из которых является недостаточная степень изученности вербальной составляющей текстов политических интернет-жанров. Это связано прежде всего с тем, что развитие средств массовой коммуникации, к которым относится и Интернет, происходит настолько быстрыми темпами, что практика использования новых информационных технологий в сфере политики и, соответственно, их влияние на язык, обслуживающий данную сферу, остаются малоизученными. Данный факт и определяет необходимость и актуальность дальнейшего детального изучения языковых явлений, характерных для текстов политической интернет-коммуникации.

Список литературы

Иванова А.И. Мы и Россия сегодня: лингвистический анализ Твиттер-платформы президента Дмитрия Медведева // Политическая лингвистика. 2 (36), 2011. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling36/ling36_15.pdf

Иванова С.В. Реальный мир виртуальной политической рекламы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://journals.uspu.ru/attachments/article/109/PL_2012_1_41.pdf

Компанцева Л.Ф. Дискурс-анализ украинского политического интернета (гендерный аспект) // Актуальные проблемы теории коммуникации: сб. науч. тр., 2004. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.russcomm.ru/rca_biblio/k/kompantseva.shtml

Морозова О.Н. Особенности лингвистического контента современных британских политических персональных сайтов // Политическая лингвистика. 2 (36), 2011. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling36/ling36_22.pdf

Сорокина Е., Федотченко Ю., Чабаненко К. В социальных сетях – 140 символов самовыражения. – СПб.: Питер, 2011. – 144 с.

Щипицина Л.Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации: монография / Л.Ю. Щипицина; Поморский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. – Архангельск: Поморский университет, 2009. – 238 с.

Golbeck J., Grimes J., Rogers A. Twitter use by the U.S. Congress // Journal of the American Society for Information Science and Technology. 2010. Vol. 61. № 8. – P. 1612-1621.

Fan Page List. The social media directory of official accounts of your favorite brands, celebrities, movies, TV shows & sports teams [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fanpagelist.com/category/politicians/view/list/sort/followers/>

Twitter // Wikipedia. The Free Encyclopaedia [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Twitter>